

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEH JERUJU (*Acanthus ilicifolius*) DI HARAPAN MANDIRI KEBUMEN JAWA TENGAH**

*Marketing Strategy Of Jeruju (Acanthus Ilicifolius) Tea Products In Harapan Mandiri, Kebumen, Central Java*

Catur Pramono Adi<sup>1\*)</sup>, Lilik Soeprijadi<sup>2</sup>, Aripudin<sup>3</sup> Alya Nida Marbella Arifiana<sup>4</sup>

Politeknik Kelautan dan Perikanan Karawang

<sup>\*)</sup>Korespondensi : pramonoadi.catur@gmail.com

Diterima: 20 Oktober 2022; Disetujui: 28 April 2023

**ABSTRAK**

Permasalahan yang dihadapi Harapan Mandiri ialah kurangnya minat beli konsumen terhadap produk teh jeruju original, untuk itu Harapan Mandiri mampu merubah kondisi ini, melalui inovasi produk dengan menggunakan bahan tambahan jahe dan bunga rosella dengan harapan dapat menarik minat konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat produk inovatif untuk meningkatkan omset penjualan. Dari hasil penelitian memperlihatkan analisa usaha sebagai berikut: Dengan biaya investasi 6.032.000, biaya tetap 2.060.000, biaya tidak tetap 4.660.000, total biaya pengeluaran 6.720.000/bulan, biaya penerimaan Rp. 15.000.000, laba/rugi Rp. 7.240.000, R/C ratio 2,07, B/C ratio 1,07, BEP harga 6.720, BEP produksi 265 pack. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Harapan Mandiri dalam pengembangan produk usahannya adalah dengan cara lebih sering melakukan promosi produk ke berbagai forum perkumpulan masyarakat agar masyarakat lebih familiar akan produk teh jeruju dengan tambahan jahe dan bunga rosella, selalu update dengan perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan persaingan pasar dengan cara melakukan pengembangan varian rasa pada teh dan pembaharuan kemasan agar lebih menarik daya beli konsumen, bekerjasama dengan kemitraan agar dapat menambah relasi pemasaran dan kolaborasi dalam memajukan usaha dan membangun kepercayaan masyarakat dengan cara menjaga kualitas rasa dan mutu produk.

**Kata kunci** : Jahe, Rosela, Teh Jeruju, Harapan Mandiri

**ABSTRACT**

*The problem that Harapan Mandiri is facing is the lack of consumer buying interest in original Jeju tea products. For this reason, Harapan Mandiri is able to change this condition through product innovation using additional ingredients such as ginger and rosella flowers in the hope of attracting consumer interest. The purpose of this research is to make innovative products to increase sales turnover. The results of the study show the following business analysis: With an investment cost of 6,032,000, fixed costs 2,060,000, variable costs 4,660,000, total expenses 6,720,000/month, revenue costs Rp. 15,000,000, profit/loss Rp. 7,240,000, R/C ratio 2.07, B/C ratio 1.07, BEP price 6,720, BEP production 265 packs. The marketing strategy carried out by Harapan Mandiri in developing its business products is by promoting products more frequently to various community association forums so that people*

*are more familiar with Jeju tea products with the addition of ginger and rosella flowers, always updated with the times so as not to be left behind by market competition. by developing flavor variants in tea and updating packaging to make it more attractive to consumers' purchasing power, collaborating with partnerships so that they can increase marketing relations and collaboration in advancing business and building public trust by maintaining quality taste and product quality.*

**Keywords:** *Ginger, Rosella, Jeruju Tea, Harapan Mandiri*

## 1. PENDAHULUAN

Teh herbal merupakan jenis tanaman dan organnya bervariasi produk yang terbuat dari sari pati yang ada pada tumbuhan yang memiliki khasiat untuk pengobatan (Wangiyana, 2021).

Mangrove jeruju (*Acanthus ilicifolius* L) merupakan salah satu jenis tumbuhan herbal yang bisa dimanfaatkan untuk kesehatan.

Teh Jeruju memiliki rasa dan aroma yang segar seperti halnya jenis minuman herbal dari jahe (Anggraini, 2020).

Berdasarkan hal di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai pengolahan daun jeruju menjadi minuman, meskipun telah dikenal sebagai obat tradisional namun dalam bentuk minuman serbuk siap seduh seperti teh belum banyak digunakan. Disamping itu peneliti juga melakukan strategi pemasaran yang merupakan faktor penting bagi keberhasilan bisnis dimasa kini (Elwisam dan Lestari, 2019).

## 2. METODE PENELITIAN

Uji mutu pada produk Teh Jeruju Dengan Penambahan Jahe dan Bungan rosela dilakukan dengan melakukan uji kadar air sesuai dengan SNI 2354.2-2015. Pengujian kadar air dengan menggunakan prinsip molekul air dihilangkan melalui pemanasan baik dengan oven vakum dan tidak vakum maupun alat penentuan yang menggunakan panas dengan suhu 80<sup>0</sup>C-110<sup>0</sup>C. Prosedur pengujian kadar air yaitu :

$$\text{Kadar air: } = \frac{B-C}{B-A} \times 100\%$$

Sedangkan untuk strategi pemasaran menggunakan analisa SWOT

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

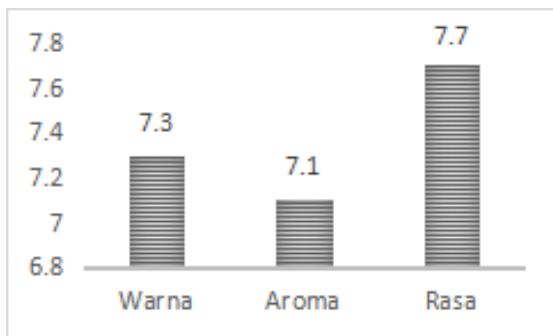
Alur Proses Pembuatan Teh:

1. Penerimaan bahan baku  
Tujuannya agar mendapatkan bahan baku yang sesuai mutu dan keamanan pangan.
2. Pemotongan duri pada daun  
Tujuannya agar tidak melukai tangan pemotong pada saat melakukan pemotongan daun.
3. Pencucian daun  
Daun yang telah di potong durinya kemudian di cuci dengan air mengalir dengan cepat, cermat dan saniter. Tujuannya yaitu agar mendapatkan daun yang bersih sesuai spesifikasi.
4. Pengeringan  
Pengeringan dilakukan dengan menggunakan oven dan sinar matahari langsung sampai kering.
5. Penggilingan daun  
Daun yang sudah kering digiling untuk mendapatkan hasil yang sesuai.
6. Memasukan serbuk pada kantong teh  
Setelah penggilingan daun jeruju kemudian dilakukan tahap memasukan serbuk jeruju pada kantong teh sebanyak 50% dari komposisi bahan.
7. Penambahan bubuk jahe  
Kemudian dilakukan penambahan jahe sebanyak 25% dari komposisi bahan, yang tujuannya untuk menambah cita rasa, aroma dan tak lupa menambah

- khasiat pada teh.
8. Penambahan bubuk rosela  
 Lalu dilakukan penambahan bunga rosella sebanyak 25% dari komposisi bahan, tujuannya untuk memberikan warna pada teh.
  9. Pengemasan dalam kantong  
 Setelah teh jeruju tercampur dengan jahe dan bunga rosela kemudian dilakukan pengemasan dalam kantong teh.
  10. *Packing*  
 Teh yang sudah dimasukan dalam kantong kemudian di packing ke dalam kemasan yang sudah tersedia dengan isi teh sebanyak 15 kantong satu kemasan

### Hasil Uji Hedonik

Pengujian mutu dilakukan 30 orang panelis. Hasil analisis data uji hedonik yang meliputi warna, bau dan rasa dapat dilihat pada gambar.



Gambar 1. Analisis data uji hedonik yang meliputi warna, bau dan rasa

Dari gambar diagram diatas dijelaskan bahwa tingkat kesukaan konsumen terhadap warna teh jeruju adalah 7,3. Artinya panelis suka dengan warna teh jeruju dengan tambahan jahe dan bunga rosela di Harapan Handiri dikarenakan warna teh yang cukup merah yang berasal dari tambahan dari bunga rosella. Rasa asam pada bunga rosella dihasilkan dari vitamin C dan asam glikolik (Maryani dan Kristiana, 2005).

Aroma teh jeruju dengan tambahan jahe dan bunga rosella saat sedang diminum menunjukkan bahwa aroma teh jeruju di Harapan Mandiri disukai dengan rata-rata nilai tertinggi 7,1. Hal ini dikarenakan teh jeruju dengan tambahan jahe dan bunga rosela memiliki aroma wangi yang berasal dari jahe yang kuat (Aryanta, 2019).

Rasa teh jeruju dengan tambahan jahe dan bunga rosela menunjukkan hasil rata-rata yaitu 7,7 menunjukkan bahwa rasa teh jeruju dengan tambahan jahe dan bunga rosela di Harapan Mandiri di sukai konsumen. Hal ini dikarenakan teh jeruju memiliki rasa khas yang tidak seperti pada teh pada umumnya, dimana dalam satu seduhan teh sudah mempunyai tambahan rasa asam di dalamnya.

### Uji Kadar Air

Harapan Mandiri hanya melakukan pengujian kadar air dengan hasil 17,30 % yang memang lebih tinggi dari syarat mutu berdasarkan kriteria Standar Nasional Indonesia (SNI). Dari tingginya kadar air pada teh penyebabnya ialah karena Harapan Mandiri masih melakukan pengeringan metode alami dengan menggunakan sinar matahari.

### Strategi Pemasaran

Dari produk teh jeruju original yang telah dimiliki Harapan Mandiri yang rasanya kurang diminati konsumen dari situlah muncul ide untuk melakukan inovasi produk dengan penambahan jahe dan bunga rosela yang diharapkan dapat menambah cita rasa teh jeruju. Untuk melihat kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang produk yang akan dipasarkan perlu dianalisis dengan menggunakan metode analisis SWOT dengan rincian sebagai berikut:

#### A. Faktor Internal

##### 1. Kekuatan (*Strenghts*)

- Harapan Mandiri memiliki nama baik yang cukup kuat dan sudah terkenal hamper di seluruh Kabupaten Kebumen, yang dibuktikan dengan dilakukannya izin usaha dan sertifikasi merk atas nama Harapan Mandiri.
- Dengan motto “memberikan rasa dan kualitas produk yang tidak mengecewakan konsumen”.
- Jaringan pemasaran luas yaitu seluruh Kabupaten Kebumen dan sekitarnya .
- Merupakan produk lokal yang bahan bakunya pun berasal dari daerah lokal.
- Memiliki komposisi dengan bahan baku yang mudah didapatkan.

##### 2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- Merupakan produk baru yang belum cukup dikenal masyarakat.
- Pengujian produk belum lengkap.
- Dukungan pemerintah untuk UMKM belum optimal.
- Kemasan yang masih terkesan sama dengan teh pada umumnya.

#### B. Faktor Eksternal

##### 1. Peluang (*Opportunities*)

- Berkembangnya tempat-tempat pemukiman padat penduduk yang merupakan peluang besar untuk pengembangan bisnis teh jeruju di wilayah tersebut.
- Meningkatnya daya beli masyarakat terhadap produk cepat saji.
- Adanya perlindungan pemerintah dengan adanya izin usaha dan sertifikat yang dimiliki Harapan Mandiri. Mempunyai jaringan pasar lokal dan luar daerah Kebumen.
- Produk berpotensi untuk dikembangkan.
- Dapat berproduksi dalam skala besar.
- Tradisi minum teh di daerah Kebumen.

- Tingkat kepercayaan masyarakat tinggi.
- ##### 2. Ancaman (*Threats*)
- Adanya persaingan pasar.
  - Adanya persaingan harga.
  - Ketersediaan bahan baku.

#### Strategi SWOT Analisis

##### 1. *Strenghts-Opportunities* (S-O)

- Melakukan promosi produk.
- Perlunya pendampingan SDM dari pemerintah dan akademisi.
- Pentingnya melakukan pengembangan varian.

##### 2. *Strenghts-Threats* (S-T)

- Membuat produk yang kompetitif.
- Harus melakukan pengujian dan registrasi.
- Bekerjasama dengan kemitraan.

##### 3. *Weaknesses-Opportunities* (W-O)

- Membangun kepercayaan masyarakat.
- Melakukan edukasi.
- Membangun kemitraan.

##### 4. *Weaknesses-Threats* (W-T)

- Adanya perlindungan pemerintah
- Mengatur pola panen dan panen bahan baku.

Dari hasil analisis SWOT, Ada beberapa strategi pemasaran yang hendaknya dilakukan Harapan Mandiri diantaranya,

1. Lebih sering melakukan promosi produk ke berbagai forum perkumpulan masyarakat dengan cara mendatangi kantor atau lembaga pemerintahan, perkumpulan PKK, arisan dan mengikuti pameran atau expo agar masyarakat lebih familiar akan produk teh jeruju dengan tambahan jahe dan bunga rosela.
2. Dengan motto “memberikan rasa dan kualitas produk yang tidak mengecewakan konsumen” sehingga dapat dijadikan sebagai tradisi minum teh.

3. Dengan jaringan pemasaran yang luas sehingga dapat menjadikan peluang produk dapat dikembangkan.
4. Memiliki komposisi dengan bahan baku yang mudah didapatkan sehingga dapat berproduksi dalam skala besar.
5. Dilaksanakannya pendampingan SDM dari pemerintah dan akademisi guna menambah pengetahuan tentang pengembangan produk yang baik.
6. Selalu update dengan perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan persaingan pasar dengan cara melakukan pengembangan varian rasa pada teh dan pembaharuan kemasan agar lebih menarik daya beli konsumen.
7. Mampu membuat produk yang kompetitif salah satunya adalah dengan cara pengembangan usaha.
8. Melakukan serangkaian pengujian produk guna dapat meyakinkan konsumen bahwa produk yang dimiliki aman dan memiliki kandungan yang dibutuhkan masyarakat.
9. Bekerjasama dengan kemitraan agar dapat menambah relasi pemasaran dan kolaborasi dalam memajukan usaha.
10. Membangun kepercayaan masyarakat dengan cara menjaga kualitas rasa dan mutu produk yang dimiliki.
11. Melakukan edukasi atau pembinaan terhadap masyarakat agar lebih mengenal teh jeruju.
12. Kemitraan memungkinkan kesempatan baru untuk melakukan pembangunan dengan cara lebih baik dengan mengidentifikasi kualitas produk.
13. Adanya perlindungan pemerintah dengan adanya surat izin usaha, PIRT, sertifikat halal yang dimiliki Harapan Mandiri.
14. Mengatur pola panen dengan sistem blok dan panen bahan baku dilakukan dengan cara memetik

daunnya bukan memabat batangnya.

15. Kemasan yang masih terkesan sama dengan teh pada umumnya sehingga berpengaruh dalam persaingan pasar.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen:

- ✓ Kebiasaan minum teh pada pagi hari
- ✓ Harga teh relatif terjangkau
- ✓ perkembangan gaya hidup dan lingkungan ekonomi
- ✓ Psikologi: motivasi dan persepsi keyakinan

Proses Keputusan Membeli

- Pengenalan atau kebutuhan produk, sebelum membeli konsumen hendaknya mengenal terlebih dahulu akan produk yang akan dibeli kemudian kebutuhan dipicu oleh rangsangan dari internal dan eksternal dari konsumen.
- Pencarian rantai produk melalui medsos yang dimiliki oleh pemilik usaha.
- Evaluasi terhadap produk yang dibeli, apakah produk yang dibeli sesuai dengan harapan konsumen atau tidak.
- Keputusan membeli (jenis produk, merek, pengujian, jumlah, waktu membeli dan cara pembayaran).
- Perilaku pasca pembelian yang dilihat dari puas atau tidaknya pembeli terhadap produk yang dibeli untuk membeli lagi.

## KESIMPULAN

1. Alur proses pembuatan teh jeruju dengan tambahan jahe dan bunga rosella dimulai dari penerimaan bahan baku, pemotongan duri pada daun, pencucian daun, pengeringan, penggilingan daun, memasukan serbuk jeruju pada kantong teh, penambahan jahe, penambahan serbuk rosella, pengemasan pada

kantong, dan *packing*.

2. Analisa usaha yang didapat adalah sebagai berikut dengan biaya investasi 6.032.000, biaya tetap 2.060.000, biaya tidak tetap 4.660.000, total biaya pengeluaran 6.720.000/bulan, biaya penerimaan Rp. 15.000.000, laba/rugi Rp. 7.240.000, R/C ratio 2,07, B/C ratio 1,07, BEP harga 6.720, BEP produksi 265 pack.
3. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Harapan Mandiri dalam pengembangan produk usahannya adalah dengan cara lebih sering melakukan promosi produk ke berbagai forum perkumpulan masyarakat agar masyarakat lebih familiar akan produk teh jeruju dengan tambahan jahe dan bunga rosella, selalu update dengan perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan persaingan pasar dengan cara melakukan pengembangan varian rasa pada teh dan pembaharuan kemasan agar lebih menarik daya beli konsumen, bekerjasama dengan kemitraan agar dapat menambah relasi pemasaran dan kolaborasi dalam memajukan usaha dan membangun kepercayaan masyarakat dengan cara menjaga kualitas rasa dan mutu produk.

## SARAN

1. Harapan Mandiri agar kedepan dapat mengembangkan produk dengan inovasi baru.
2. Harapan Mandiri agar dapat menambah pengujian supaya lebih meyakinkan konsumen akan produk yang dimiliki aman dan terjamin kualitasnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Alfiah, E., Herawati, M. dan Novitasari, R. (2020). Manajemen POAC Wakaf Di Indonesia. *Jurnal Zakat dan Wakaf*,

7(2).

- Anggraini, L. O. (2020). *Pengayaan Varian Rasa Teh Jeruju (Acanthus ilicifolis L) Terhadap Antioksidan Dan Tingkat Kesukaan Konsumen*. Medan: Departemen Teknologi Hasil Hutan Fakultas Kehutanan Universitas Sumatera Utara Medan.
- Anjarsari, I. (2016). Katekin teh Indonesia : prospek dan manfaatnya Indonesia tea catechin : prospect and benefits. *Jurnal Kultivasi*, 15(2).
- Aryanta, I. R. (2019). Manfaat Jahe Untuk Kesehatan. *Jurnal Widya Kesehatan*, 1(2).
- Ayudia, Suryanto, E. dan Waluyo, B. (2016). Analisis Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Laporan Hasil Observasi pada Siswa SMP. *Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*, 4(1).
- Basyirah, L. dan Wardi, M. C. (2020). Penerapan POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) Manajemen Risiko Pembiayaan Modal Usaha Tabarokdi PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *Penelitian Ilmu Sosial dan Kegamaan Islam*, 17(1).
- Buchori, Prasetyo, E. Y. dan Mardiono, T. (2020). Analisis Perbedaan Pendapatan Petani Cabai Kemitraan Indofood dengan Petani Gurem di Kecamatan Balik Bukit, Kabupaten Lampung Barat. *Fudusia*, 3(1).
- Elwisam dan Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2).
- Habibah, U. dan Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 31-48.
- Hamid, E. S. dan Susilo, Y. S. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi*

- Pembangunan*, 45-55.
- Handarini, K. (2014). Potensi Ekstrak Bunga Rosella (*Hibiscus sabdariffa* L.) Sebagai Pewarna Dan Pengawet Alami Pada Jelly Jajanan Anak. *Teknik Industri*, 32-42.
- Haqiqi, F., Susanti, R. S. dan Ferawati. (2020). Analisis Pengaruh Pemberian Modal Kerja dan Biaya Produksi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Menengah di Desa Pongkar Kecamatan Tebing Kabupaten Karimun (Tahun 2014 –2018). *CAFETARIA*, 1(1).
- Johannes, E. dan Sjafaraenan. (2017). Uji Toksisitas Ekstrak Daun Jeruju (*Acanthus ilicifolius*) Terhadap *Artemia salina* Leach. *Biologi Makassar*, 56-59.
- Mardiani, I. E. (2014). Analisis Segmentasi dan Targeting Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Ekonomi*, 5(2).
- Maryani, D., & Kristiana, L. (2005). *Khasiat dan Manfaat Rosela*. Jakarta: PT Agro Media Pustaka.
- Maulana, A. (2016). Analisis Parameter Mutu dan Kadar Flavonoid Pada Produk Teh Hitam Celup.
- Maulana, Y., Mauludin, Y. dan Gunadhi, E. (2014). Analisis Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging (*Broiler*) dengan Pola Kemitraan (Studi Kasus di Peternakan Bu Lilis Rancamidin, Cibodas). <http://jurnal.sttgarut.ac.id>, 12(12).
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malang). *INTEKNA*, 102-209.
- Paruntu, O. L., & Ranti, d. N. (2015). Jurusan Gizi Poltekkes Kemenkes Manado. Analisis Kandungan Vitamin C, Mutu Organoleptik, Mutu Fisik dan Kimia Marmalade Bunga Rosella Merah (*Hibiscus Sabdariffa*, Linn) pada Konsentrasi Gula Bervariasi, 7(2).
- Pringgenies, D., Setyati, W. A., Dwicahyo, W. S. dan Djunaedi, A. (2020). Antibakteri Ekstrak Jeruju (*Acanthus ilicifolius*) Terhadap Bakteri Multi Drug Resistant. *Kelautan Tropis*, 23(2): 145-156.
- Rasika, A. D., Dwiyantri, S., Usodoningtyas, S. dan Puspitorini, A. (2022). Manajemen Bisnis Salon Kecantikan di Tinjau dari Prinsip Manajemen POAC di Kecamatan Kota Bondowoso pada Era Pandemi COVID 19. *e-jurnal*, 58-65.
- Saragih, B. dan Ahmad, P. (2021). *Pembangunan Pertanian*. Samarinda: CV Budi Utama.
- Sari, G. P. (2011). Studi Budidaya dan Pengaruh Lama Pengeringan Terhadap Jahe Merah (*Zingiber officinale Rosc.*). Riau Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Selang, C. A. (2013). Bauran Pemasaran (*MARKETING MIX*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada *Fresh Mart* Bahu Mall Manado. *Pengaruh Bauran Pemasaran*, 1(3) 71-80.
- Sitorus, G. (2019). Penyuluhan Perencanaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Lingkungan RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. *Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia*, 4(1).
- Sudarsi, Y., & Nst, M. R. (2018). Uji Aktivitas Antioksidan dan Sifat Organoleptik Teh Herbal Campuran Daging Buah Pare (*Momordica Charantia* L.) dan Kulit Buha Naga Merah (*Hylocereus Lemairei* (HOOK.) Britton & Rose). *Jurnal Photon*, 8(2).
- Susetyarsi, T. (2011). Strategi Penetapan Posisi (*Positioning*). *STIE SEMARANG*, 3 NO 3.
- Tazkia, Z. Z. (2019). erancangan Sistem Informasi Akuntansi Laporan Keuangan Laba Rugi pada Restoran Eatboss Dengan Menggunakan PHP dan MySQL. *Jurnal is The Best*, 4(1).
- Wangiyana, I. A. (2021). TEH GYRINOPS: Produk Teh Herbal Hutan Unggulan Pulau Lombok. *Ilmiah Sangkareang Mataram*, 8(3).